

**STRATEGI PT.BANK SUMUT SYARIAH DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS LAYANAN SMS *BANKING***

SKRIPSI MINOR

Oleh:

EWASUDARMA

NIM 54151018



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2018 M/1439 H**

**STRATEGI PT.BANK SUMUT SYARIAH DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS LAYANAN SMS *BANKING***

SKRIPSI MINOR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Ahli Madyah (D-III)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah
Pada Program D-III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh:

EWASUDARMA

NIM 54151018



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2018 M/1439 H**

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI PT.BANK *SUMUT* SYARIAHDALAM MENINGKATKAN KUALITAS
LAYANAN SMS *BANKING*

Oleh:

EWASUDARMA
NIM 54151018

Menyetujui:

PEMBIMBING SKRIPSI

**KETUA PROGRAM D-III
PERBANKAN SYARIAH**

Dr.Marliyah, MA
NIP. 197601262003122003

Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIP. 197608182007101001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul: ‘Strategi PT. Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*’ telah diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada tanggal 05 Juli 2018

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara.

Medan, 05 Juli 2018

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Minor

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sumatera Utara Medan

Ketua,

Sekretaris,

Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIP. 197608182007101001

Rahmi Syahriza, S.Th.l. MA
NIP.198501032011012011

Anggota

Penguji I

Penguji II

Aqwa Naser Daulay,SEL.M,SI
NIP. 1100000091

Dr.Marliyah, MA
NIP. 197601262003122003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara

Dr.Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

IKHTISAR

Ewasudarma, Nim 54151018, “Strategi PT. Bank Sumut Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking, 2018.

Berdasarkan data seluruh nasabah Bank Sumut pengguna SMS *Banking* mencapai sekitar 55%. Menanggapi hal ini Bank Sumut berusaha untuk meningkatkan dan menjaga kualitas layanan yang diberikan untuk menarik minat nasabah. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*, Apa saja yang menjadi kendala dalam meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*, dan Apa saja solusi Bank Sumut Syariah dalam menghadapi kendala meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*, untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking* dan untuk mengetahui apa saja solusi Bank Sumut Syariah dalam menghadapi kendala meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*. Dalam penelitian penulis menggunakan data kualitatif, dimana penulis menggunakan wawancara, data yang digunakan penulis adalah data primer, secara keseluruhan dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah Strategi PT. Bank Sumut Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking* terbagi menjadi dua, yaitu strategi produk dan strategi promosi. Pada strategi produk Bank Sumut meluncurkan aplikasi terbaru berupa “*New SMS Banking Bank Sumut*” sedangkan pada strategi promosi Bank Sumut melakukan berbagai ragam promosi salah satunya Bank Sumut menggelar program pesta hadiah SMS *Banking* Sumut, mengadakan pengundian program *mobile banking* berhadiah 2016.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumWr. Wb

Alhamdulillah, segalapuji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas semua limpahan rahmat dan karunia, serta petunjuk Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi minor yang berjudul “Strategi PT. Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*”. Serta shalawat beriring salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad Saw, beserta para keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi minor ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis harapan saran dan kritik yang bersifat membangun, guna mengembangkan skripsi minor inikearah yang lebih benar.

Penyusunan skripsi minor ini tidak lepas dari dukungan yang teristimewa kepada ayahanda Inok dan Ibunda Kasiyem, yang telah memberikan curahan kasihsayang dan dukungannya yang tak terhingga. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipa tganda atas budi baik mereka selama ini dan tidak lupa kepada saudara-saudaraku yang selalu menyemangati.

Kemudian untuk berbagai pihak yang selalu memberikan bantuan, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

2. Bapak Dr.Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Zuhrinal M. Nawawi, MA selaku Ketua Jurusan D-III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
4. Ibu Dr.Marliyah, MA selaku dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam yang telah banyak memberikan pendidikan dan pengajarannya kepada penulis.
6. Bapak Rahmad (Pimpinan divisi Dana dan Jasa Bank Sumut Syariah Medan) yang telah membimbing dan memberikan arahan dan pemahaman mengenai tugas-tugas dan pekerjaan yang kami lakukan selama magang dalam hal menambah ilmu dan pengalaman kami. Bang habibi ,kak Nana, kak Dini, bang Edo (Divisi pemasaran dan divisi dana dan jasa) yang telah memberikan kemudahan dalam memperoleh data dan wawancara mengenai skripsi minor ini.
7. Abangku yang kusayangi, Lilik Suhendra dan Dedi Irawan yang selalu meluangkan waktunya membantu menyelesaikan skripsi minor ini dan selalu memberi kan arahan dan motivasinya.
8. Teman spesial yang selalu membantuku disaat susah dan senang (fitriani) Sahabat-sahabat yang setia menemani kudalam suka dan duka (Agy dermawan, Ahmad pardi panduri hrp, Syarif hamid siregar,), sahabat yang selalu memotivasiku dan menasehatiku (Amalia ananda, Dwi putri anggraini).

Sahabat seperjuangan yang menginspirasi memberi ku pelajaran dan selalu menghiburku (Nur hajizah siregar,) Sahabat yang setia menemaniku di kosan kecil yang indah (Ali usman, Rian nurdiansyah) dan kakak yang selalu memarahi dan mengingatkan ku (Fadliatun Awaliyah) Semoga jalinan persahabatan ini tetap terjaga.

9. Seluruh teman seangkatan D-III Perbankan Syariah khususnya kelasC yang sangata kucintai. Kemudian semua pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.

Akhirny dengan segala kerendahan hati, semogas kripsi ini berguna bagi para pembaca dan menambah khazanah ilmu pengetahuan, semoga Allah SWT melimpahkan hidayah-Nya, serta lindungannya kepada kita semua. Amin

Medan, 4 juni 2018
Penulis

Ewasudarma
NIM. 54151018

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
IKHTISAR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii

BAB IPENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Metode Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi	
1. Pengertian Strategi	9
2. Manfaat Perencanaan Strategi	11
B. Layanan	
1. Pengertian Layanan	12
2. Kualitas Layanan	14
3. Manfaat Kualitas Layanan	17
C. Layanan SMS <i>Banking</i>	
1. Pengertian SMS <i>Banking</i>	18
2. Jenis Transaksi SMS <i>Banking</i>	19
3. Manfaat SMS <i>Banking</i>	20

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Bank Sumut Syariah.....	22
B. Visi dan Misi Bank Sumut Syariah	24

C. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	25
D. Produk- Produk Bank Sumut Syariah	29

BAB IV HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS <i>Banking</i>	35
2. KendalaBank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS <i>Banking</i>	36
3. Solusi Bank Sumut Syariah dalam menghadapi kendala meningkatkan kualitas layanan SMS <i>Banking</i>	36

B. Pembahasan

1. Strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS <i>Banking</i>	37
2. KendalaBank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS <i>Banking</i>	41

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	42
B. Saran	43

DAFTAR PUSTAKA	44
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang bergerak pada bidang jasa keuangan. Bank juga sering didefinisikan sebagai lembaga jasa keuangan yang mempunyai fungsi sebagai perantara keuangan yang memobilisasi dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit untuk membiayai usaha atau kebutuhan konsumtif.¹

Persaingan di dunia Internasional menunjukkan persaingan bebas yang menuntut kecakapan dan kecanggihan teknologi setiap negara. Oleh karena itu, dalam rangka memasuki persaingan Internasional, Indonesia dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi di dunia. Dalam hal ini Indonesia berupaya meningkatkan perkembangan di berbagai sektor, terutama sektor ekonomi. Khususnya pengoptimalan peranan lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Bank mempunyai fungsi sebagai media intermediasi, yaitu proses penyerapan dana dari unit *surplus* ekonomi, baik sektor usaha, lembaga pemerintah maupun individu (rumah tangga) untuk menyediakan dana bagi unit usaha lain yang *defisit* (membutuhkan dana).²

Persaingan menuntut setiap bank untuk mempertahankan atau mendapatkan nasabah baru. Pentingnya faktor pelayanan memang tidak dapat dihindari oleh bank, karena bisnis perbankan merupakan bisnis layanan (*service*).

¹Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta : Bumi aksara, 2009), hal 11.

²Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:Kencana,2010), hal 27.

Bank-bank yang memberikan layanan lebih baik akan dicari oleh para nasabah. Ketidakpuasan nasabah akan membuat para nasabah pindah ke bank lain. Sebagaimana dikatakan oleh Fandy Tjiptono, “Situasi ketidakpuasan terjadi manakala konsumen telah menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan”.³

Dunia perbankan memanfaatkan kemajuan teknologi, khususnya pengoptimalan peranan lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Peranan teknologi dalam pengembangan dan penyediaan produk baru, bahkan fasilitas-fasilitas jasa perbankan sangat signifikan. Para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan fasilitas-fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi-transaksi perbankan. Perkembangan teknologi sekarang ini adalah sektor teknologi informasi yang menyebabkan bertambah pesatnya jenis dan kompleksitasnya produk dan jasa perbankan. Kondisi ini jauh berbeda dengan sebelum adanya kemajuan teknologi perbankan. Transaksi perbankan pada bank di Indonesia sebelum berkembangnya teknologi dilakukan dengan penulisan data, mengantri, kemudian dilanjutkan transaksi tatap muka antara nasabah dengan *teller* atau *customer service*. Proses ini sangat menyita waktu dan bahkan membuat nasabah tidak merasa nyaman, karena harus mengantri lebih lama. Namun dengan penggunaan teknologi yang canggih pada perbankan akan mengubah pola transaksi nasabah yang tadinya tidak merasa nyaman karena menyita banyak waktu dengan adanya perkembangan teknologi, menjadi pola transaksi yang berjalan secara efektif dan efisien. Produk

³Fandi Tjiptono, *Service Managemen : Mewujudkan Layana Prima*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2008), hal 164.

perbankan yang menggunakan teknologi informasi ini disebut *Mobile Banking* atau *M-Banking*. *Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/*handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*). Istilah SMS Banking berkaitan erat dengan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak, seperti *handphone*.⁴

SMS *Banking* merupakan layanan yang disediakan bank menggunakan sarana SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan, misalnya cek saldo, mutasi rekening, dan sebagainya.⁵ Keberadaan SMS dalam kehidupan kita di jaman serba instan ini tentu bukan hal yang asing, baik ditinjau dari aspek geografi seiring dengan semakin meluasnya daerah jangkauan operator telepon seluler, maupun aspek demografi seiring dengan penggunaan perangkat telepon selular yang semakin meluas ke berbagai kalangan tanpa mengenal batasan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat penghasilan. Bahkan keberadaannya sudah menjadi bagian dari gaya hidup pemilik telepon seluler, misalnya, sebagai media untuk melakukan transaksi perbankan yang saat ini lebih dikenal dengan istilah *SMS-Banking*. SMS tidak lain merupakan sebuah layanan yang banyak diaplikasikan pada sistem komunikasi tanpa kabel dan memungkinkan dilakukan pengiriman pesan. Keberadaan SMS sendiri mulai nyata sejak tahun 1991 bersamaan dengan

⁴Budi Utomo, *Perencanaan dan Pengembangan Sistem Informasi*. (Yogyakarta: Andi, 2006), hal 53.

⁵Muchdarsyah Sinungan, *Buku Pintar Perbankan*. (Yogyakarta: Andi, 2011), hal. 21.

kehadiran sebuah teknologi komunikasi wireless *Global System for Mobile Communication (GSM)*.⁶

Saat ini perkembangan dunia perbankan sangat pesat. Banyaknya pesaing menyebabkan perusahaan sulit untuk mempertahankan nasabah. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka pemanfaatan teknologi merupakan hal yang wajib dilakukan oleh lembaga perbankan. Peranan teknologi dalam pengembangan dan peningkatan layanan produk baru atau fasilitas jasa perbankan sangat signifikan. Dengan peningkatan kualitas layanan, para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan berbagai fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi perbankan. Untuk mengantisipasi persaingan tersebut maka Bank Sumut juga mulai bersaing dan berupaya untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanan teknologi *mobile* berbasis *SMS Banking*.⁷

Berdasarkan data seluruh nasabah Bank Sumut pengguna *SMS Banking* mencapai sekitar 55%. Menanggapi hal ini Bank Sumut berusaha untuk meningkatkan dan menjaga kualitas layanan yang diberikan untuk menarik minat nasabah. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi nasabah. Produk layanan *SMS Banking* yang ditawarkan kepada nasabah harus memiliki perbedaan pada setiap bank, untuk

⁶Wijinur Astuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta : Graha Ilmuha, 2011), hal.110.

⁷Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba 4, 2001), hal. 70.

membedakan diri dari pesaing pada kriteria lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabahnya.⁸

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang:
“STRATEGI PT.BANK SUMUT SYARIAH DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN SMS *BANKING*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*.?
2. Apa saja yang menjadi kendala Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*.?
3. Apa saja solusi Bank Sumut Syariah dalam menghadapi kendala meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*.?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*.
2. Mengetahui apa saja yang menjadi kendala Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*.

⁸ <http://www.banksumut.com> (18 April 2018)

3. Mengetahui apa saja solusi Bank Sumut Syariah dalam menghadapi kendala meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*.

D. Metode Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Dalam pendekatan penelitian ini, penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Melalui metode deskriptif data di kumpulkan, disusun, dikelompokkan, di analisis kemudian di integrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang di teliti.

2. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber utamanya (sumber asli) yang berupa wawancara.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara (*interview*) yaitu melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang berwenang dalam perusahaan dan nasabah untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan penelitian skripsi.

Pada penelitian ini dilakukan wawancara dengan Bapak Rahmad sebagai pemimpin divisi dana dan jasa PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Medan sebagai pendukung digunakan studi dokumentasi dan penelusuran literatur yang terkait dengan masalah penelitian.

E. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar penyusunan skripsi minor ini membahas beberapa bab yang masing-masing sub-subnya di sesuaikan dengan kepentingan untuk memudahkan penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas agar lebih mudah dipahami. Untuk lebih jelas sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini penulis menguraikan tentang Strategi (Pengertian Strategi, Manfaat Perencanaan Strategi) Layanan (Pengertian layanan, kualitas layanan, Manfaat kualitas layanan), Layanan SMS Banking (Pengertian SMS Banking, Jenis transaksi SMS Banking, Manfaat SMS Banking).

BAB III Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai sejarah, visi, misi, struktur organisasi dan pembagian tugas, dan produk- produk pada PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Medan.

BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bab ini menggunakan hasil penelitian mengenai bagaimana strategi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking* dan apa saja yang menjadi kendala serta solusi Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*.

BAB V Penutup

Pada bab ini penulis akan menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.

Daftar Pustaka

Pada bagian ini akan dilampirkan sumber –sumber berupa buku maupun situs internet yang dijadikan bahan rujukan dalam skripsi.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang.⁹ Atau bisa juga diartikan sebagai rencana yang cerdas mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran tertentu. Rencana ini lebih berarti mengenai kiat-kiat dalam menghadapi ancaman dari musuh serta hal yang harus dipersiapkan dalam melaksanakan perang.

Sejarah awalnya, dikutip dalam buku milik Setiawan Hari Purnomo (1998) bahwa strategi diartikan sebagai *generalship*.¹⁰ Jika diartikan dalam bahasa Indonesia *generalship* berarti keahlian militer atau kepemimpinan. Disini dipahami sebagai segala upaya yang dilakukan oleh para pemimpin, pejuang atau *leader* dalam pasukan dengan membuat rencana untuk menghadapi musuh dalam peperangan.

Ali Murtopo (1978) mengemukakan defisi strategi secara *etimologi*, strategi sebenarnya berasal dari kata majemuk bahasa Yunani, yaitu *stratos* dan *agein*. *Stratos* sendiri artinya pasukan dan kata *agein* berarti memimpin.¹¹ Jadi

⁹Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005) Edisi ke-3, cet. Ke-2, hlm. 1092.

¹⁰Hari Purnomo dan Zulkifrimansyah, *Manajemen Strategi; Sebuah Konsep Pengantar*. (Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi UI, 1998), hlm.8

¹¹Ali Murtopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: Center For Strategic and International Studies-CSIS, 1978), hlm.7.

strategi berarti memimpin pasukan dan ilmu strategi adalah ilmu tentang memimpin pasukan.

Strategi secara perspektif terminologis, dikemukakan oleh banyak ahli. Diantara menurut Onong Uchjana Effendy (2007) yang menganggap strategi pada hakikatnya adalah “*perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tersebut*”.¹² Dari pendapat tersebut penulis memahami bahwa dalam strategi terdapat perencanaan dan pengaturan agar tujuan yang diinginkan dapat diraih.

Sedangkan menurut Stephani K. Marrus strategi didefinisikan sebagai proses penetapan terhadap kiat dari pihak petinggi perusahaan yang disertai dengan merancang cara untuk misi jangka panjang perusahaan agar misi tersebut dapat diraih.¹³ Jadi dari definisi tersebut dapat dimengerti bahwa strategi merupakan misi perusahaan.

Definisi lain dikemukakan oleh Anwar Arifin, strategi dinyatakan sebagai “*kesehuruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan*”.¹⁴ Definisi tersebut dapat dipahami bahwa strategi yang akan dijalankan harus dirumuskan tujuannya dengan jelas terutama langkah-langkah apa yang akan diambil untuk mencapai tujuan.

¹²Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), cet ke-1, hlm.40.

¹³Umar Husein , *Strategi Manajemen in Action*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm.31.

¹⁴Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*.(Bandung: Armico.1984), hlm.68.

Dari penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan rencana yang mengkhususkan pada tujuan organisasi, dalam hal ini pelayanan kepada masyarakat. Strategi didalamnya menggambarkan misi dasar dari organisasi serta tujuan dan sasaran yang hendak dicapai, juga cara-cara pemanfaatan sumber-sumber organisasi untuk mencapai sasarannya.

2. Manfaat Perencanaan Strategi

Perencanaan strategis merupakan suatu proses yang dilakuakn suatu organisasi atau perusahaan untuk menentukan strategi atau arahan, serta mengambil keputusan untuk mnegalokasikan sumber dayanya (termasuk modal dan sumber daya manusia) untuk mencapai strategi.

Adapun manfaat perencanaan strategi yaitu:

1. Mendorong organisasi atau perusahaan untuk terus berkembang baik dari aspek pemberdayaan sumber daya manusia maupun pencapaian tujuan-tujuan organisasi.
2. Merangsang suatu organisasi atau perusahaan sehingga mampu merespon dinamika internal maupun eksternal perusahaan.
3. Suatu perusahaan akan fokus terhadap proses, hasil serta manfaat sekaligus.
4. Sumber daya manusia di dalam suatu perusahaan akan terlatih dalam mensimulasikan masa depan mereka baik secara individual maupun organisasi.
5. Sumber daya manusia yang ada dalam organisasi perusahaan tebiasa dalam menetapkan tujuan dan sasaran.

6. Kegiatan suatu organisasi perusahaan akan lebih efisien sehingga mampu meningkatkan kompetensi manajemen dan kepemimpinan.
7. Sumber daya manusia terbiasa menjalankan organisasi dengan pendekatan sistem sehingga bisa melakukan proyeksi dan menganalisis konsekuensi.
8. Sumber daya manusia yang ada dalam suatu organisasi perusahaan akan terbiasa melakukan proses keputusan dan kebijakan.
9. Proses perencanaan strategi mendorong sumber daya manusia yang ada di dalam organisasi perusahaan untuk memiliki keterampilan dalam membangun jaringan komunikasi.

B. Layanan

1. Pengertian Layanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, layanan diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹⁵

Tentang pengertian layanan para ahli mengemukakan pendapatnya yang berbeda-beda satu sama lain. Diantaranya para ahli yang mengemukakan pendapat layanannya itu sebagai berikut:

- a. Menurut AS. Moenir, layanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang langsung diterima. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa layanan merupakan tindakan yang dilakukan orang lain agar masing-

¹⁵ *Ibid*, hlm.446

masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapatkan kepuasan.¹⁶

- b. Menurut *Philip kottler*, layanan dapat diartikan sebagai suatu aktifitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemilikan apapun kepada yang menerimanya.¹⁷
- c. Menurut Nina Rahmayanti, layanan adalah layanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).¹⁸

Ada beberapa layanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan:

- a. Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran produk ke pelanggan secara cepat dan tepat.
- c. Tersedianya ragam produk yang diinginkan. Dalam artian konsumen sekali berhenti dapat membeli beragam produk dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka inginkan.
- d. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai.

¹⁶AS. Moenir, *Managemen Pelayanan Umum di Indonesia*,(Jakarta : Bumi Aksara. 2000) hlm. 17.

¹⁷Philip Kottler, *Marketing Managemen : Analisis Planning , Implimentation and Control, Eight Edition, New Jersey* (prentice hall,1994) hlm. 446.

¹⁸Nina Rahmayanty, *Management Pelayanan Prima*, hlm. 18.

- e. Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika dibandingkan dengan pihak pesaing.
- f. Mampu berkomunikasi dengan jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- g. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama dalam hal keuangan.
- h. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan perusahaan.¹⁹

2. Kualitas Layanan

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.²⁰ Kualitas adalah ciri serta sifat dari suatu produk/pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ yang tersirat. Defenisi kualitas yang berpusat pada konsumen, dapat dikatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila produk/ layanan penjual memenuhi harapan konsumen.

¹⁹Kasmir. *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.15.

²⁰Fandi Tjiptono dan Diana Anastasia, *Total Quality Management Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Andi, 2001), hlm.12.

Layanan berasal dari kata layanan yang kata kerjanya adalah melayani yang mempunyai arti membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang, meladeni, menerima, (menyambut) ajakan (tantangan, serangan). Layanan adalah perihal cara melayani atau meladeni.

Kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan.²¹

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin hubungan kerja atau *partner* yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kerjasama yang baik antara pelanggan dengan perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan²²

Berdasarkan uraian diatas dalam hal kualitas, pelayanan minimal memiliki lima dimensi yaitu :

²¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: 2005), hlm.98.

²²Hanik Ulwiyati, *Pengaruh Layanan Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya*, (Skripsi-Surabaya:2013), hal.22.

- a. *Tangible* (Bukti fisik) yakni adanya penampakan berupa fasilitas-fasilitas penunjang, petugas ataupun sarana komunikasi yang menyertai produk tersebut.
- b. *Reliability* (Keandalan) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap) yakni keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap.
- d. *Assurance* (Jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e. *Emphaty* (Empati) yakni meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.

Pemberian layanan secara *excellent* atau superior akan selalu difokuskan pada harapan konsumen. Dengan demikian ada dua faktor yang utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan harapannya maka kualitas layanannya akan memuaskan. Apabila kualitas layanannya yang diterima melebihi harapannya dianggap sebagai *excellence service (quality surprise)*. Jika pelanggan merasa puas, maka akan terjadi penggunaan jasa berulang yang akan mengakibatkan pengguna jasa semakin loyal terhadap jasa tersebut.

3. Manfaat Kualitas Layanan

Untuk memenangkan persaingan global, maka penyedia jasa layanan harus mengerjakan tiga tugas utamanya yaitu:

- a. Meningkatkan diferensiasi persaingan.
- b. Meningkatkan kualitas layanan
- c. Meningkatkan produktifitas.

Ketiga tugas tersebut difokuskan pada kualitas layanan. Beberapa manfaat dari kualitas layanan antara lain:

- 1) Kualitas layanan memberikan keuntungan potensi terutama dalam meraih penjualan profit yang besar. Caranya yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang unggul, maka pelanggan akan melakukan pembelian/pemakaian ulang.
- 2) Kualitas layanan membantu penyedia jasa dalam membuat pelanggan tetap bertahan. Dengan adanya kualitas layanan yang baik, maka akan tercipta kesetiaan pelanggan terhadap produk/jasa yang sudah ada, bahkan produk-produk baru yang diluncurkan penyedia jasa tersebut.

Dengan kualitas yang memuaskan akan mencerminkan citra perusahaan. Kualitas yang dirasakan pelanggan akan menciptakan citra perusahaan, sebab kualitas yang bergerak dalam bidang jasa dapat meningkatkan pangsa pasar. Dengan memperhatikan manfaat kualitas layanan, maka sangat menguntungkan jika penyedia layanan jasa mengalokasikan konsep kualitas jasa demi kelangsungan hidup penyedia jasa tersebut dimasa yang akan datang.

Kualitas layanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Bank-bank semakin bersaing untuk merebut *customer based* dengan mengandalkan kualitas pelayanan. Selain menawarkan berbagai macam produk, perbaikan disisi teknologi informasi, sisi pelayanan fisik lainnya, sisi pelayanan non fisik dan beragam hal yang berbau pelayanan prima dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Semua itu disiapkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan akhirnya diharapkan mampu menjaring dana masyarakat. Layanan yang baik harus dilakukan terus menerus tanpa henti, karena bank itu bekerja berdasarkan prinsip kepercayaan, sehinggah value itu menjadi penting, value terbaik bisa membuat nasabah puas dan pada hakikatnya nasabah menjadi loyal

C. Layanan SMS *Banking*

SMS *Banking* merupakan bagian dari Electronic *Banking channel* dan juga merupakan inovasi dari jenis rekening tabungan dan atau rekening giro rupiah. Sebagai sistem layanan yang bersumber pokok pada kedua rekening tersebut, maka salah satu syarat bagi nasabah yang menginginkan layanan SMS *Banking* ini terlebih dahulu harus mempunyai rekening tabungan dan atau rekening giro serta harus mempunyai sarana penunjang yaitu ponsel.

Pemilik rekening dapat melakukan pendaftaran melalui *counter* bank, maka pin yang diberikan sesuai dengan pin standar yang berlaku di bank, jika nasabah mendaftarkan melalui kartu ATM, maka *access code* adalah nomor/angka yang ditentukan sendiri oleh nasabah.

1. Pengertian SMS Banking

SMS *Banking* adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/handphone dengan menggunakan SMS(*Short Message Service*).

Arti istilah SMS *Banking* merupakan layanan yang disediakan bank menggunakan sarana SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan..

Hampir semua bank telah menyediakan fasilitas M-*Banking* nya baik berupa SIM Toolkit (menu layanan data) maupun SMS *Plain* (sms manual) atau SMS *Banking*.

2. Jenis Transaksi SMS Banking

Fitur layanan SMS *Banking* yang dapat dilakukan melalui layanan ini, antara lain:

- a. Informasi saldo
- b. Informasi transaksi terakhir
- c. Informasi berbagai macam tagihan, seperti kartu kredit, telepon rumah, ponsel pasca bayar, dan lain sebagainya.
- d. Transfer antar rekening
- e. Pembayaran tagihan kartu kredit, telepon rumah, ponsel pasca bayar dan lain sebagainya.
- f. Isi ulang pulsa
- g. Penggantian Pin SMS *Banking*.

Biaya pulsa pengiriman SMS perintah transaksi (SMS *request*) serta biaya SMS respon menjadi beban nasabah dan besarnya bervariasi tergantung dari biaya yang ditetapkan oleh bank maupun *provider*.

Adapun biaya administrasi transaksi biasanya pada perusahaan perbankan tidak dikenakan lagi kecuali untuk transaksi transfer dan besarnya tergantung oleh kebijakan bank itu sendiri.

3. Manfaat SMS Banking

Hampir semua bank di Indonesia telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan melalui SMS *Banking* dimana saja melalui perangkat *mobile* seperti *handphone*.

Dengan adanya SMS *Banking*, bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Hampir semua bank telah menyediakan fasilitas SMS *Banking*, baik berupa SIM Toolkit (menu layanan data) maupun SMS *plain* (SMS manual).

Kegunaan, keuntungan dan kenyamanan yang dapat diperoleh dari penggunaan SMS *Banking*, adalah:

a. Mudah

Untuk melakukan transaksi perbankan kita tidak perlu datang langsung ke bank, kecuali pada saat mendaftarkan nomor ponsel.

b. Praktis

Setiap nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat. Kapan saja dan dimana saja.

c. Aman

SMS *Banking* dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran. Selain menggunakan PIN yang dapat dipilih sendiri dan nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yang dilakukan juga akan diacak untuk menjamin keamanan para nasabah.

d. Penggunaan yang bersahabat

SMS *Banking* dirancang dengan sedemikian rupa sehingga mudah digunakan oleh siapapun saja. Nasabah bisa memilih jenis transaksi dari menu yang telah tersedia tanpa harus menghafal kode transaksi yang ingin dilakukan.

e. Nyaman

Nasabah seperti mempunyai ATM di genggam tangan, karena berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM, kini dapat dilakukan melalui SMS *Banking*, kecuali penarikan tunai.

BAB III

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Bank SUMUT Syariah

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 4 November 1961 dengan dasar hukum pendirian berdasarkan Akta Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan sebutan BPDSU. Pada 1962, berdasarkan UU No. 13 tahun 1962 tentang Ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah dan sesuai dengan Peraturan Daerah Tingkat I Sumatera Utara No. 5 tahun 1965 bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Modal dasar pada saat itu sebesar Rp. 100 juta dan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat I Sumatera Utara dan Pemerintah Daerah Tingkat II se- Sumatera Utara. Sejalan dengan Program Rekapitalisasi, bentuk hokum BPDSU tersebut harus diubah dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) agar saham Pemerintah Pusat dapat masuk untuk pengembangan dan di kemudian dari saham pihak ketiga dimungkinkan dapat masuk atas persetujuan DPRD Tingkat I Sumatera Utara, sehingga berdasarkan hal tersebut maka pada tahun 1999, bentuk hukum BPDSU diubah kembali menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara atau disingkat PT Bank SUMUT yang berkedudukan dan berkantor Pusat di Medan, Jl. Imam Bonjol No. 18, yang didirikan berdasarkan Akta No. 38 tanggal 16 April 1999 dibuat di hadapan Alina Hanum , SH,Notaris

di Medan yang telah mendapat pengesahan dari Departemen Kehakiman Republik Indonesia No. C-8224 HT. 01. 01. TH 99 tanggal 5 Mei 1999.

Pada saat itu, modal dasar ditetapkan sebesar Rp. 400 miliar. Seiring dengan pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan bank, maka pada tanggal 15 Desember 1999 melalui Akta No. 31, modal dasar ditingkatkan menjadi Rp.500 miliar. Sesuai dengan Akta No. 39 tanggal 10 Juni 2008 yang dibuat dihadapan H. Marwansyah Nasution, SH, Notaris di Medan berkaitan dengan Akta Penegasan No. 05 tanggal 10 November 2008 yang telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01-87927. AH. 01.02 tahun 2008 tanggal 20 November 2008 yang diumumkan dalam Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 10 tanggal 3 Februari 2009, maka modal dasar ditambah dari Rp 500 miliar menjadi Rp 1 triliun.

Anggaran Dasar terakhir, sesuai dengan Akta No. 12, tanggal 18 Mei 2011 dari notaris Afrizal Arsad Hakim, S.H., mengenai Pernyataan Keputusan Rapat PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara. Perubahan anggaran dasar ini telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Surat Keputusan No. AHU-33566.AHU.01.02 Tahun 2011 tanggal 5 Juli 2011, dimana modal dasar mengalami perubahan dari Rp 1 triliun menjadi Rp 2 triliun.

Sedangkan Unit Usaha Syariah (UUS) pertama sekali dibuka pada tanggal 4 November 2004 berdasarkan izin dari Bank Indonesia No. 6/142/DPIP/Prz/Mdn tanggal 18 Oktober 2004, sampai dengan saat ini telah

meluncurkan berbagai produk syariah yang cukup beragam yang dapat menjadi pilihan masyarakat. Namun demikian, UUS Bank SUMUT selalu melakukan pengembangan dan penyempurnaan terhadap produk yang ada, serta inovasi untuk menghasilkan produk-produk baru. Sampai dengan tahun 2016 produk UUS Bank SUMUT terdiri dari produk di bidang pendanaan (simpanan) dan produk pembiayaan (penyaluran dana).

Seiring persaingan yang semakin meningkat, optimalisasi dalam perencanaan dan pengembangan Sumber Daya Manusia merupakan focus Bank SUMUT ke depan, karena nantinya dengan kualitas SDM yang kompeten maka keunggulan bisnis bank dapat diraih. Dengan visi “Menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat”, Bank SUMUT menyadari bahwa hal ini tidak akan mungkin terwujud tanpa ada Sumber Daya Manusia yang mumpuni.

Tercatat hingga akhir Desember 2016 jumlah karyawan Bank SUMUT adalah sebesar 2.499 pegawai sedikit lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2015 sebesar 2500 pegawai.

B. Visi & Misi Bank SUMUT Syariah

1. Visi

Menjadi bank andalan untuk membuat dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

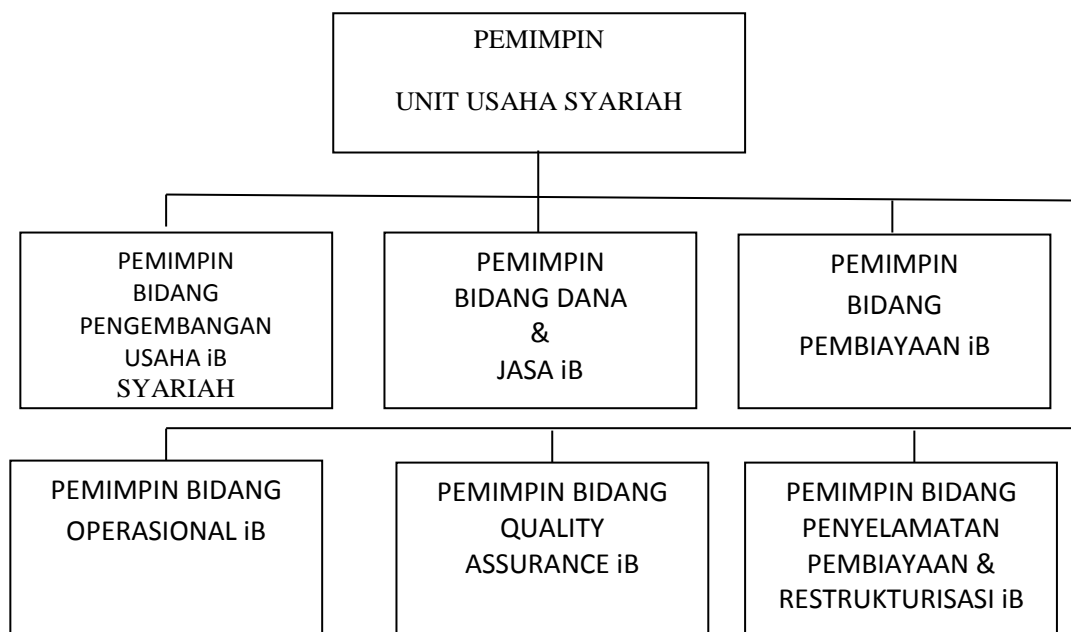
2. Misi

Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip *compliance*.

C. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas

Struktur organisasi adalah susunan kepengurusan yang terdiri dari atas pimpinan perusahaan hingga para pegawai. Berikut ini struktur organisasi pada Unit Usaha Syariah PT. Bank Sumut.

Struktur Organisasi Unit Usaha Syariah PT Bank Sumut



Adapun deskripsi tugas masing-masing bagian sebagai berikut:

1. Pemimpin Unit Usaha Syariah

- a. Mengarahkan dan mengontrol penyusunan kajian/riset dalam rangka pengambilan keputusan pengembangan usaha syariah.

- b. Mengarahkan proses pengembangan usaha syariah dalam rangka memastikan terciptanya target bisnis usaha syariah.
- c. Mengarahkan pembuatan peta potensi bisnis usaha syariah dalam rangka memastikan ketersediaan peta potensi bisnis yang akurat.
- d. Merencanakan dan mengontrol pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dana dan jasa serta pembiayaan syariah yang terkait produk-produk syariah.
- e. Mengarahkan dan mengontrol proses analisa pembiayaan agar terciptanya kualitas pembiayaan yang sehat.
- f. Mengarahkan kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur, serta pelaporan dalam rangka terlaksananya penyusunan dan penerapan *Standard Operating Procedure* di divisinya.

2. Pemimpin Bidang Pengembangan Usaha iB

- a. Mengkoordinasikan pelaksanaan pembuatan analisa potensi bisnis wilayah agar dapat dipergunakan sebagai alat bantu pengambilan keputusan untuk mengembangkan usaha iB yang akan diusulkan ke dalam RBB.
- b. Mengkoordinasikan dan memonitor proses kegiatan analisa lokasi jaringan kantor baru agar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan didalam RBB agar terpenuhinya target pengembangan jaringan.
- c. Mengkoordinasikan dan memonitor proses pengajuan studi kelayakan terkait pembukaan, relokasi, penutupan dan peningkatan status jaringan syariah agar pengembangan jaringan syariah sesuai dengan prosedur yang berlaku.

- d. Merekomendasikan perumusan dan penyempurnaan kebijakan pengembangan jaringan kantor agar tetap sesuai dengan bisnis wilayah yang selaras dengan strategi bisnis bank secara nasional .
- e. Mengkoordinasikan proses penyusunan Corporate Plan, RBB, RKAT unit usaha syariah yang berkesinambungan.
- f. Mengkoordinasikan evaluasi atas realisasi rencana yang dituangkan dalam Corporate Plan, RBB, RKAT, sebagai alat bantu untuk mengambil keputusan pengembangan usaha iB.

3. Pemimpin Bidang Dana dan Jasa iB

- a. Mengkordinir pengembangan produk dana dan jasa iB dalam rangka memastikan *product life cycle* yang efektif.
- b. Mengkoordinasikan pembuatan produk baru dana dan jasa iB dalam memenuhi kebutuhan nasabah dan pasar.
- c. Mengkoordinasikan dan memonitor pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dana dan jasa agar tercapainya target bisnis.
- d. Mengkoordinasikan kegiatan pengelolaan seluruh transaksi treasury syariah dalam rangka meningkatkan pendapatan bank dan pengelolaan likuiditas UUS.
- e. Mengkoordinasikan proses analisa *Assets and Liabilities Management* (ALM) untuk menghasilkan rekomendasi kepada ALCO.

- f. Mengkoordinasikan supervisi atas kinerja pencapaian dana dan jasa iB dalam rangka mendorong pertumbuhan dana dan jasa iB sesuai dengan target yang ditetapkan .

4. Pemimpin Bidang Operasional iB

- a. Mengkoordinasikan dan mereview analisis laporan keuangan Unit Usaha Syariah yang akurat dan sesuai regulasi.
- b. Mengkoordinasikan dan mereview tagihan dan pembayaran atas aktivitas keuangan yang menjadi wewenangnya.
- c. Mengkoordinasikan penyusunan kebijakan dan pelaksanaan Akuntansi Unit Usaha Syariah agar diperoleh informasi keuangan yang berkualitas sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- d. Mengkoordinasikan dan mereview pelaporan by system dan manual agar sesuai dengan prosedur pelaporan yang telah ditetapkan.
- e. Memonitor dan melakukan pemeriksaan keabsahan bukti transaksi *dealing room (deal confirmation)* harian dan jumlah nominal yang akan diterima dan dikirim dalam rangka mendukung proses *settlement* berjalan dengan baik dan benar.
- f. Memonitor pembuatan daftar tagihan transaksi Pasar Uang dan pasar modal jatuh tempo dalam rangka mendukung proses *settlement* berjalan dengan baik dan benar.

5. Pemimpin Bidang Pembiayaan iB.

- a. Mengkordinir pengembangan produk pembiayaan iB dalam rangka memastikan product life cycle yang efektif .

- b. Mengkoordinasikan pembuatan produk baru pembiayaan ib dalam memenuhi kebutuhan nasabah dan pasar.
- c. Mengkoordinasikan dan memonitor pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk pembiayaan agar tercapainya target bisnis.
- d. Mengkoordinasikan supervisi atas pencapaian pembiayaan iB dalam rangka mendorong pertumbuhan pembiayaan iB sesuai dengan target yang ditetapkan.
- e. Memonitor dan meningkatkan pengelolaan sistem administrasi kredit berjalan dengan baik dan benar untuk memastikan proses kredit sesuai ketentuan.
- f. Mengkoordinasikan, memonitor dan mengevaluasi kualitas pembiayaan iB dalam rangka mendukung tingkat kesehatan yang baik .

6. Pemimpin Bidang Penyelamatan Pembiayaan dan Restrukturisasi

- a. Mengarahkan dan mengkoordinasikan strategi penyelesaian pembiayaan bermasalah untuk mencapai target penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- b. Mengkoordinasikan pembentukan tim penyelesaian pembiayaan agar proses penagihan berjalan normal.
- c. Memonitor, mengarahkan serta mengevaluasi kinerja tim penyelesaian pembiayaan guna mencapai target penagihan.
- d. Mengarahkan dan mengkoordinasikan serta mengevaluasi proses restrukturisasi pembiayaan dan penyelamatan pembiayaan sesuai dengan ketentuan dalam rangka pencapaian target perbaikan pembiayaan.

- e. Mengkoordinasikan dan mengevaluasi proses kegiatan lelang dalam rangka mengoptimalkan penyelesaian pembiayaan bermasalah.

7. Pemimpin Bidang *Quality Assurance*

- a. Mengkoordinasikan penyusunan standar mutu produk dan jasa agar sesuai dengan regulasi BI/OJK dan prinsip kehati-hatian.
- b. Meningkatkan toolkit di bidang kepatuhan untuk meningkatkan realibilitas pengujian kepatuhan.
- c. Mengarahkan aktivitas sosialisasi standar mutu produk dan jasa di seluruh unit kerja untuk meningkatkan pemahaman kepatuhan terkait standar prosedur produk dan jasa.
- d. Memonitor dan mengkoordinasikan penanganan dan penyelesaian pengaduan nasabah terkait dengan transaksi keuangan, pembiayaan dan masalah barang agunan.
- e. Memonitor pelaksanaan program kerja untuk mencapai target kinerja di bidangnya.

D. Produk- Produk Bank Sumut Syariah

Dalam kegiatan operasionalnya Unit usaha Syariah PT. Bank Sumut membagi produknya menjadi tiga bagian yaitu :

1. Penghimpunan Dana (Funding)

Adapun produk PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah yang bersifat menghimpun dana adalah:

a. Tabungan Marwah (Martabe Wadiah)

Tabungan Marwah merupakan tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip wadiah yad-dhamanah yang merupakan titipan murni dengan seizin pemilik dana(sahibul mal), bank dapat mengelolanya didalam operasional bank untuk mendukung sektor riil, dengan menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana. Lembaga penjamin simpanan (LPS) menjamin pengembalian dana titipan nasabah s/d Rp 100.000.000.

b. Tabungan Makbul

Tabungan makbul adalah produk tabungan khusus PT. Bank Sumut sebagai sarana penitipan BPIH (Biaya penyelenggara Ibadah haji) penabung perorangan secara bertahap ataupun sekaligus dan tidak dapat melakukan transaksi penarikan.

c. Tabungan Marhamah (Martabe bagi hasil Mudharabah)

Merupakan produk penghimpunan dana yang dalam pengelolaannya menggunakan prinsip Mudharabah Muthalaqah, yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (Sahibul mal) dan bank sebagai pihak yang bebas tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha-usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Atas keuntungan yang didapat dari penyaluran dana, bank memberikan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

d. Deposito ibadah

Prinsipnya sama dengan tabungan marhamah, akan tetapi dana yang disimpan oleh nasabah hanya dapat ditarik berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan dengan bagi hasil keuntungan yang telah disepakati bersama. Investasi akan disalurkan untuk usaha yang produktif dan halal.

e. Simpanan Giro Wadiah

Simpanan Giro wadiah merupakan produk penyimpanan dana yang menggunakan prinsip wadiah yad ad dhamanah (Titipan murni). Pada Produk ini nasabah menitipkan dana dan bank akan mempergunakan dana tersebut sesuai dengan prinsip Syariah dan menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu nasabah membutuhkannya.

2. Penyaluran Dana (Lending)

Adapun produk PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah yang bersifat menyalurkan dana adalah:

a. Pembiayaan Murabahah

Murabahah merupakan akad jual beli atas barang dengan harga yang disepakati diawal dimana bank menyebutkan harga pembelian dan margin yang diperoleh bank. Bank dapat mensyaratkan pembeli untuk membayar uang muka (Urbun). Nasabah membayar kepada bank menurut harga yang diperjanjikan dan harga/ pembayaran tidak berubah selama jangka waktu yang telah disepakati. Produk pembiayaan ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha seperti modal kerja dan investasi. Namun dapat juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi (Murabahah untuk konsumtif).

b. Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerjasama antara bank sebagai pemilik dana (Shahibul mal) dengan nasabah sebagai pengelola dana (Mudharib). Jangka waktu pembiayaan, pengembalian dana dan pembagian keuntungan ditentukan dalam akad. Pembiayaan mudharabah dapat dimanfaatkan untuk nasabah yang membutuhkan dana segar secara cepat untuk membiayai proyek/pekerjaan/usaha. Bank tidak ikut serta dalam pengelolaan usaha nasabah, tetapi memiliki hak dalam pengawasan dan pembinaan usaha nasabah.

c. Pembiayaan musyarakah

Pembiayaan musyarakah adalah penanaman dana dari pemilik dana/ modal untuk mencampurkan dana/modal terhadap suatu usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati antara nasabah dan bank. Kerugian ditanggung oleh pemilik dana/modal berdasarkan bagian dana /modal masing-masing. Jangka waktu pembiayaan, pengembalian dana dan pembagian keuntungan ditentukan dalam aqad.

d. Pinjaman (Qardh) dengan gadai Emas

Pinjaman (Qardh) dengan gadai Emas adalah fasilitas pinjaman dana tanpa imbalan jasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah dengan jaminan berupa emas yang berprinsip gadai syariah. Atas emas yang digadaikan, bank mengenakan biaya sewa.

3. Jasa-Jasa Bank

Adapun jasa yang ditawarkan PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah adalah sebagai berikut :

a. Kiriman uang (Transfer)

Kiriman uang (Transfer) yaitu suatu jasa Bank dalam pengiriman dana dari suatu cabang ke cabang yang lain atas permintaan pihak ketiga (ijab dan Qabul) untuk dibayarkan kepada penerima ditempat lain. Kiriman uang menggunakan prinsip Wakalah.

b. Kliring

Kliring ialah tata cara penghitungan utang piutang dalam bentuk surat-surat dagang dan surat-surat berharga antara bank-bank peserta kliring dengan maksud agar perhitungan utang piutang itu terselenggara dengan mudah, cepat dan aman, landasan syariahnya menggunakan prinsip wakalah.

c. Inkaso (Jasa Tagih)

Inkaso adalah pengiriman surat atau dokumen berharga untuk ditagihkan pembayarannya kepada pihak yang menerbitkan atau yang ditentukan (Tertarik) dalam surat atau dokumen berharga tersebut, dengan landasan syariahnya menggunakan prinsip wakalahnya.

d. Bank garansi

Bank Garansi yaitu pemberian janji bank (Penjamin) kepada pihak lain (Terjamin) untuk jangka waktu tertentu, jumlah tertentu dan keperluan tertentu, bahwa bank akan membayar kewajiban nasabah yang diberi garansi bank kepada pihak lain tersebut, apabila nasabah tersebut cedera janji. Bank garansi

menggunakan prinsip kafalah al-nualaqah. Dalam aplikasinya pada PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah, Bank memberikan garansi bank untuk kontraktor yaitu : jaminan penawaran (Tender Bond), Penerimaan Uang Muka.

BAB IV

HASIL TEMUAN PENELITIAN

A. Temuan Penelitian

1. Strategi Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking

Berdasarkan hasil wawancara penulis pada tanggal 13 Maret 2018 jam 14.35 dengan Bapak Rahmad sebagai pemimpin bidang dana dan jasa tentang strategi bank sumut syariah dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking*. Beliau menyatakan:²³

“Strategi dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking* ada melalui beberapa cara dan tahapan. Salah satunya kami mengeluarkan aplikasi yang baru. Kalau dulu layanan SMS Banking Bank Sumut ini biasa yang sering digunakan nasabah dengan cara SMS biasa, dimana nasabah jika ingin bertransaksi harus mengetik pesan berupa kode tertentu sesuai dengan transaksi yang ingin dilakukan nasabah. Atau ada cara lain yaitu dengan SMS *Toolkit* melalui menu dari SIM card. Jadi seiring berkembangnya jaman dimana sekarang ini teknologi makin canggih sehingga Bank Sumut melihat cara ini sudah terlihat kuno dan kurang efisien. Maka dari itu demi menarik minat nasabah juga agar para nasabah bank sumut tidak bosan dan selalu nyaman dalam melakukan transaksi pada layanan SMS *Banking* maka bank sumut meluncurkan aplikasi yang terbaru, yaitu aplikasi “**New SMS Banking Bank Sumut**”. Aplikasi terbaru ini dapat diakses melalui aplikasi *smartphone* android dan *ios*. Dengan aplikasi ini para nasabah akan semakin mudah menggunakan transaksi layanan SMS *Banking* dimanapun dan kapanpun. Karena di dalam aplikasi ini juga sangat banyak sekali fitur fitur aplikasinya seperti transfer dana, cek saldo, pembayaran token listrik, pembelian pulsa dan lain sebagainya.”

“Kemudian strateginya bukan hanya itu, jadi bank sumut juga melakukan strategi promosi. Strategi promosi yang kita lakukan yaitu sistem jemput bola yaitu terjun langsung kepada masyarakat. Dalam upaya kita menggencarkan kualitas layanan *mobile banking* khususnya berbasis layanan SMS, bank sumut juga menggelar banyak program. Ada program pesta hadiah SMS *Banking* Sumut, ada juga program undian *mobile banking* berhadiah 2016, lalu bank sumut juga

²³Rahmad, *Pemimpin Bidang Dana dan Jasa*, wawancara pribadi, 13 Maret 2018

mengadakan *talkshow* dengan membuka outlet-outlet di setiap kantor bank sumut. Untuk tahun 2017 ini bank sumut kerja sama dengan telkomsel untuk menggelar kegiatan sosialisasi yaitu Telkomsel *mobile banking expo* 2017 di Jakarta. Dan masih banyak lagi kegiatan sosialisasi yang akan direncanakan kedepannya demi mempromosikan layanan SMS *Banking* ini.”

2. Kendala Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*

Berdasarkan hasil dan wawancara yang telah dilakukan penulis di PT.Bank Sumut Unit Usaha Syariah Jalan Imam Bonjol Medan, dalam kendala peningkatan kualitas layanan SMS *Banking*, Bapak Rahmad menyatakan bahwa:

“Sebenarnya tidak banyak terdapat kendala di lapangan, tetapi tetap ada beberapa kendala yang dihadapi, misalnya:

Nasabah yang ingin bertransaksi dengan aplikasi terbaru layanan *New SMS Banking* Bank Sumut harus terlebih dahulu memiliki *handphone android* atau *ios* dan telah mendownload aplikasi terbaru layanan SMS *Banking* Bank Sumut. Ini merupakan kendala bagi setiap nasabah yang tidak memiliki *handphone android* atau *ios*, kemudian Proses data yang terkadang lambat pada jam-jam tertentu karena melibatkan dua server, maka salah satu *server* yang mengalami perbaikan akan mengganggu dalam proses transaksi.”

3. Solusi Bank Sumut Syariah Dalam Menghadapi Kendala Meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*

Meskipun terdapat kendala, tetap saja ada solusi untuk meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking* Bank Sumut, misal dengan cara:

Bank sumut akan bekerja sama dengan Telkomsel untuk membuat tower jaringan internet di daerah pedesaan atau kampung yang masih dapat dijangkau oleh Bank Sumut.selain itu, walaupun koneksi jaringan buruk atau listrik mati

akan tetapi nasabah masih tetap dapat melakukan transaksi layanan SMS *Banking* yaitu dengan menggunakan kode SMS biasa.

B. Pembahasan

1. Strategi Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*

Strategi-strategi yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking* yaitu:

1. Strategi produk

Pada layanan SMS *Banking* Bank Sumut Syariah bisa diakses melalui dua cara yaitu:

a) Melalui SMS biasa dan paling umum digunakan

Caranya nasabah mengetik pesan berupa kode tertentu sesuai dengan transaksi yang diinginkan dan mengirimkan pesan tersebut ke nomor yang telah disediakan dari bank. Misalnya jika ingin melakukan transfer, hanya perlu mengetik (rekening sumber), (rekening tujuan), (nominal), dan (*password*).

b) Melalui SMS *toolkit*

Nasabah bisa menggunakan SMS *Banking* melalui menu dari SIM card. Untuk bisa menggunakan SMS *Banking*, nasabah harus mendaftar ke bank untuk mendapatkan password agar bisa mengakses layanan ini.

Untuk meningkatkan kualitas layanan SMS *Banking* Bank Sumut memiliki terobosan baru yaitu Bank sumut meluncurkan layanan ***New Sms Banking Bank Sumut*** yang dapat digunakan nasabah dengan teknologi USSD menggunakan

kode akses *141*117# yang merupakan suatu terobosan keren dalam memudahkan SMS Banking Bank Sumut yang tentunya sangat menguntungkan para nasabah. Akses layanan New SMS Banking Sumut ini bisa digunakan untuk transaksi finansial dan non finansial. Selain itu layanan New Sms Banking Sumut dapat diakses melalui aplikasi smatphone *android* dan *ios*.

Adapun Fitur yang tersedia dalam layanan New SMS Banking Bank Sumut diantaranya:²⁴

1. Info Rekening
 - (a) Cek Saldo
 - (b) Cek Mutasi
2. Transfer
3. Pembelian
4. Pembayaran
5. Pengaturan
 - (a) Ubah Password
 - (b) Atur Rekening Asal
 - (c) Atur Rekening Tujuan
 - (d) Atur Pembelian
 - (e) Atur Pembayaran
6. Layanan Lain
 - (a) Suku Bunga
 - (b) Tentang

²⁴ Andria Pelop Muswar, pegawai Bank Sumut bidang dana dan jasa , wawancara pribadi, Medan, 20 April 2018

Pada dasarnya Bank Sumut menyediakan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi bagi seluruh nasabah Bank Sumut, termasuk nasabah yang masih terbiasa menggunakan SMS. Layanan SMS *Banking* dianggap paling aman dan dapat diandalkan kapan pun dan dimanapun, bahkan diwilayah-wilayah dengan signal komunikasi paling minim sekalipun.

Dalam meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah serta keamanan rekening dan memudahkan nasabah dalam mendapatkan informasi mengenai transaksi perbankan yang dilakukannya maka Bank Sumut menyediakan satu fasilitas layanan yaitu layanan sms notifikasi yang merupakan pemberitahuan informasi kepada nasabah melalui SMS ke nomor *handpone* yang didaftarkan melalui transaksi yang dilakukan nasabah.

Atas pemanfaatan fasilitas layanan SMS notifikasi ini nasabah tidak dikenakan biaya transaksi. Biaya pulsa yang timbul menjadi beban pulsa *handpone* nasabah yang didaftarkan.

Selain itu transaksi keuangan SMS *Banking* lebih terjaga karena data-data bisa dengan mudah dihapus, kemudian transaksi ini bebas gangguan eksternal seperti mati listrik dan koneksi internet.

c) Strategi promosi

Bank Sumut terus berupaya mendorong kemudahan transaksi perbankan melalui ponsel seiring gaya hidup *mobile* yang semakin nyata menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia.

Dalam upaya menggencarkan kualitas layanan *mobile banking* khususnya berbasis layanan SMS, bank Sumut menggelar program pesta hadiah SMS *Banking*

Sumut. Program yang ditujukan bagi pengguna layanan *SMS Banking* tersebut menyediakan berbagai hadiah menarik, termasuk paket wisata ke thailand. Program ini berlaku bagi seluruh nasabah bank sumut yang menggunakan layanan *SMS Banking* di seluruh indonesia.

Kemudian untuk mengengjot penggunaan *SMS Banking* Bank Sumut mengadakan pengundian program *mobile banking* berhadiah 2016. Pemenang hadiah utama akan mendapatkan satu unit honda CR-V 2.0 M/T dan disediakan juga hadiah menggiurkan lainnya seperti motor dan handpone.

Mobile Banking berhadiah ini adalah program undian berhadiah bagi nasabah yang menggunakan *SMS Banking* dalam melaksanakan transaksi perbankan, mulai dari aktivitas layanan *SMS Banking* dari rekening baru atau lama, transfer ke bank lain, pembayaran tagihan kartu kredit dan tagihan lainnya hingga pembelian pulsa isi ulang.

Mengadakan *tolksow* dan mengadakan kegiatan sehubungan dengan pengadaan *SMS Banking* di setiap outlet-outlet dan kantor Bank Sumut. Iklan di koran dan radio. *SMS Banking* ikut serta alam outlet-outlet atau open table, sosialisasi pada nasabah pada pembukaan tebungan baru.

Bank sumut dengan bekerja sama dengan telkomsel juga menggelar sejumlah kegiatan sosialisasi layanan *mobile banking* berbasis *sms banking*, salah satunya telkomsel *mobile banking expo 2017* di Jakarta. Pada sosialisasi ini masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi mengenai layanan *SMS Banking* yang dapat mempermudah aktivitas nasabah, seperti kebutuhan informasi

saldo, transfer antar rekening, pembayaran tagihan telepon, listrik, pdam, isi ulang pulsa dan lain-lain.

2. Kendala Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking

a. Faktor kompatibilitas

Dalam faktor ini nasabah memerlukan *smartphone* dan jaringan internet yang mendukung untuk dapat bertransaksi menggunakan layanan aplikasi *New SMS Banking* Bank Sumut yang terbaru. Hal inilah yang menjadi kendala bagi para nasabah Bank Sumut yang letak alamat rumahnya dipedesaan atau di kampung kampung yang susah jaringan internet. Akhirnya nasabah tetap saja harus menggunakan layanan *SMS Banking* dengan cara yang lama.

b. Faktor gangguan transaksi

Pada saat jaringan internet buruk maka akan mempengaruhi proses transaksi. Prosesnya akan terganggu. Apalagi saat listrik dan jaringan internet mati maka bisa saja nasabah tidak dapat melakukan transaksi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan dalam penulisan ini, berdasarkan analisis baik secara teoritis maupun kesimpulan berdasarkan praktik lapangan, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Strategi Bank Sumut Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS *Banking*

Adapun strategi-strategi yang dilakukan Bank Sumut Syariah adalah:

- a. Strategi produk

Bank Sumut tidak hanya memiliki dua akses yang dapat digunakan untuk menggunakan layanan SMS *Banking* berupa akses layanan SMS dan layanan SMS *toolkit*, namun Bank Sumut juga mengeluarkan terobosan terbaru dengan meluncurkan layanan “*New SMS Banking* Bank Sumut” dengan teknologi USSD dapat diakses melalui aplikasi *smartphone android* dan *ios* yang dapat mempermudah nasabah.

Banyaknya fitur yang tersedia dalam layanan *New SMS Banking* Bank Sumut sangat memberi kemudahan bagi nasabah yang melakukan transaksi, ragam fiturnya antara lain: info rekening, transfer, pembelian, pembayaran, dan pengaturan.

- b. Strategi promosi

Demi meningkatkan kualitas layanan dari produk baru *New SMS Banking* Bank Sumut melakukan berbagai ragam promosi. Bank Sumut menggelar program pesta hadiah SMS *Banking* Sumut, mengadakan pengundian program *mobile banking* berhadiah 2016, kemudian mengadakan *talkshow* dan mengadakan kegiatan sehubungan dengan pengadaan SMS *Banking* di setiap outlet-outlet dan kantor Bank Sumut.

2. Faktor Kendala Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan SMS Banking

Faktor kendala Bank Sumut dalam meningkatkan kualitas layanan SMS Banking yaitu:

- a. Faktor komabilitas, dimana nasabah harus memiliki *smartphone* dan jaringan internet yang baik untuk dapat menggunakan layanan transaksi SMS Banking.
- b. Faktor gangguan transaksi, pada saat tertentu *server* dapat mengalami gangguan teknis.

B. Saran

Dari beberapa hasil kesimpulan yang sudah diterangkan di atas, maka dibuat beberapa saran untuk pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Diharapkan bagi Bank Sumut Syariah untuk lebih memperhatikan dan melakukan sosialisasi pada masyarakat atau nasabah yang ada dipedesaan atau luar perkotaan.
2. Untuk fitur-fitur layanan yang ada di aplikasi *New SMS Banking* Bank Sumut agar lebih ditingkatkan untuk meningkatkan minat dan kemudahan nasabah dalam bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico, 1984.
- Astuti, Wijinur. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta : Graha Ilmuha, 2011.
- Hasibuan , Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : Bumi aksara, 2009.
- Husein , Umar. *Strategi Manajemen in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Kasmir. *Etika Custemer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Kottler, Philip. *Marketing Managemen : Analisis Planning , Implamentation and Control, Eight Edition, New Jersey*. prentice hall,1994.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: 2005.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba 4, 2001.
- Moenir, AS. *Managemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara, 2000.
- Murtopo, Ali. *Strategi Kebudayaan*. Jakarta: Center For Strategic and International Studies-CSIS, 1978.
- Pelop Muswar, Andria. pegawai Bank Sumut bidang dana dan jasa. wawancara pribadi, Medan, 20 April 2018.
- Purnomo, Hari dan Zulkifrimansyah. *Manajemen Strategi; Sebuah Konsep Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi UI, 1998.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka, 2005.
- Rahmad. *Pemimpin Bidang Dana dan Jasa*. wawancarapribadi, Medan, 13 Maret 2018.
- Rahmayanty, Nina. *Management Pelayanan Prima*.
- Sinungan, Muchdarsyah. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta:Kencana.

Tjiptono, Fandi. *Service Managemen : Mewujudkan Layana Prima*. Yogyakarta : Andi Offset, 2008.

Tjiptono, Fandi dan Diana Anastasia. *Total Quality Management Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi, 2001.

Uchjana Effendy, Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.

Ulwiyati, Hanik. *Pengaruh Layanan Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya*. Skripsi-Surabaya: 2013.

Utomo, Budi. *Perencanaan dan Pengembangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi, 2006.

<http://www.banksumut.com> (18 April 2018).

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di pada tanggal 22 Juli 1996, putra dari pasangan suami-istri, Bapak Inok dan Ibu Kasiyem

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat SD di SD Negeri 11227969 Pasar Bilah, Kec. Kualuh Hilir Labuhan Batu Utara pada tahun 2009, tingkat SLTP di MTs Islamiyah Londut, Labuhan Batu Utara pada tahun 2012, dan tingkat SLTA di SMA Negeri 1 Kualuh Hilir Labuhan Batu Utara pada tahun 2015, kemudian melanjutkan kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan mulai tahun 2015.

Selama masa perkuliahan Penulis aktif dalam kegiatan Organisasi Ekstra dan Intra Kampus yakni IQEB (*Intelligence & Qolbu-based of Economic Banking*) tahun 2015 dan HMP (Himpunan Mahasiswa Prodi D3 Perbankan Syariah) hingga saat ini.